

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Transportasi udara dewasa ini banyak diminati masyarakat. Hal ini dikarenakan transportasi udara memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan alat transportasi yang lain, yaitu lebih cepat, murah, aman dan nyaman. Meningkatnya jumlah penumpang pesawat udara dari tahun ketahun mengakibatkan persaingan industri penerbangan semakin ketat. Oleh karena itu maskapai berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

Goeth&Davis (dalam Aris, 2016) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Untuk itu kualitas pelayanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan pengguna jasa. Parasuraman (dalam Aris, 2016) menyatakan kualitas pelayanan dikelompokkan kedalam 5 dimensi yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Kotler & Keller (2012) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai konsistensi pelanggan dalam menggunakan dananya untuk membeli produk/layanan yang berasal dari merek atau perusahaan penyedia yang sama. Loyalitas pelanggan dapat dilihat melalui tiga perspektif, yaitu perspektif sikap, perilaku, dan integratif (Tjiptono & Diana, 2015)

Maskapai Citilink menempatkan kepuasan pelanggan di atas segalanya. Sebagai bukti keberhasilan Maskapai Citilink dalam komitmennya meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, Maskapai Citilink telah meraih beberapa penghargaan antara lain oleh Indonesian Travel and Tourism Foundation untuk kategori Leading Low Cost Airline 2011/2012, kategori Best Overall Marketing Campaign di The Budgies and Travel Awards 2012 dan yang terbaru yaitu penghargaan Service To Care Award, penghargaan Service To Care Award dua tahun berturut-turut 2012 dan 2013 untuk Airlines category dari Markplus Insight dan yang terbaru yaitu Maskapai Penerbangan Nasional Terbaik untuk kategori Transportasi dalam penghargaan Anugerah Adikarya Wisata 2012 dan Indonesia Leading Low Cost Airlines 2012/2013 dari ITTA Foundation.

Maskapai Citilink merupakan salah satu maskapai yang menawarkan jasa pelayanan yang berkualitas dengan mengutamakan aspek keselamatan dan keamanan penerbangan dengan membership Supergreen GarudaMiles yang membuat pelanggan setia Maskapai Citilink merasa diprioritaskan dan mendapat kepuasan ketika melakukan penerbangan bersama Maskapai Citilink. Anggota Supergreen GarudaMiles nantinya akan mendapatkan point reward berupa miles. Terlepas dari kinerja positif petugas Maskapai Citilink juga tidak lepas dari berbagai masalah dan persoalan. Berdasarkan pengamatan penulis pada waktu On Job Training di Bandar Udara International Ahmad Yani Semarang kualitas pelayanan pengguna membership GarudaMiles yang diberikan petugas Maskapai Garuda Indonesia dan Maskapai Citilink berbeda, seperti contohnya di Maskapai Citilink tidak mendapatkan tambahan kuota bagasi kecuali penerbangan internasional. Maskapai Citilink juga pernah mendapatkan complain dari penumpang karena point reward yang tidak masuk dan tidak mendapatkan layanan super++ sesuai tingkatan member seperti contohnya tidak mendapatkan akses Lounge Domestic dan Check In Counter kelas eksekutif. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MEMBERSHIP SUPERGREEN GARUDAMILES TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MASKAPAI CITILINK DI BANDAR UDARA INTERNATIONAL AHMAD YANI SEMARANG”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas maka peneliti memberi rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah pengaruh Kualitas Pelayanan membership Supergreen GarudaMiles terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Citilink di Bandar Udara International Ahmad Yani Semarang?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan membership Supergreen GarudaMiles terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Citilink di Bandar Udara International Ahmad Yani Semarang?

## **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini penulis memberikan batasan masalah yaitu hanya akan membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan membership Supergreen GarudaMiles terhadap loyalitas pelanggan Maskapai Citilink di Bandar Udara International Ahmad Yani Semarang.

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk :

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan membership Supergreen GarudaMiles terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Citilink di Bandar Udara International Ahmad Yani Semarang

2. Mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan membership Supergreen GarudaMiles terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Citilink di Bandar Udara International Ahmad Yani Semarang

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam menambah wawasan bagi pembaca dan untuk penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

Dapat membantu dan memberikan masukan pada manajemen dalam melaksanakan pengendalian kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen sehingga konsumen atau pelanggan akan loyal pada perusahaan

